

## Використання методу проектних завдань у формуванні професійних компетенцій PR-фахівця

А. П. Киричок

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», м. Київ,  
Україна

E-mail [akyrychok@ukr.net](mailto:akyrychok@ukr.net)

**Анотація:** В статті розглядаються актуальні питання підготовки фахівців зі зв'язків з громадськістю. Досліджується компетентнісний підхід по освітньої підготовки. Визначаються особливості застосування методу проектних завдань у підготовці PR-фахівців. Зазначаються способи інтеграції методу проектних завдань у галузь PR-освіти. Проводиться паралель між специфікою методу проектних завдань та професійними компетенціями, які він має виховувати. Детально висвітлюється спосіб використання методу проектних завдань під час практичного заняття.

**Ключові слова:** Освіта, зв'язки з громадськістю, компетентнісний підхід, професійні компетенції, метод проектних завдань.

**Вступ.** Перехід української освіти до загальноєвропейської моделі підготовки вимагає кардинального перегляду всіх аспектів забезпечення процесу навчання з використанням освітніх стандартів нового покоління заснованих на компетентнісному підході. Цей підхід спонукає студента-майбутнього фахівця оволодіти професійними компетенціями, які б дали йому змогу стати гідним професіоналом у своїй галузі. Освіта зі зв'язків з громадськістю не є винятком.

У наш час без зв'язків з громадськістю неможливо уявити будь-яку сферу життя. PR виконує управлінську функцію, а також є важливим елементом протидії інформаційній агресії, якої зазнає Україна. У західних країнах вже давно існують системи, інструменти та кадри як для формування громадської думки, так і для ведення та протидії інформаційній війні. В Україні розробки в цьому напрямі лише починаються. Наявна вітчизняна практика діяльності фахівців зі зв'язків з громадськістю свідчить про серйозні недоліки в їх підготовці, та дисбаланс між компетенціями, що формує ринок праці, та тими знаннями, навичками та вміннями, що отримує майбутній фахівець в університеті. Існує велика кількість проблем у галузі PR-освіти, і одна з них – це відсутність достатнього об'єму практичного навчання. Оскільки необхідні, ключові компетенції можуть бути сформовані лише отриманням практичного досвіду, навчання потрібно переводити в інтерактивну парадигму. Одним із найбільш ефективних методів, що зарекомендував себе у галузі PR-освіти, є метод проектних завдань.

**Науковим базисом нашого дослідження** послуговував аналіз праць закордонних та вітчизняних науковців, які стосувалися проблем підготовки фахівців галузі зв'язків з громадськістю. Серед них можна виокремити теоретичні та методологічні напрацювання закордонних дослідників Е. Бернейса, Дж. Грюніга, Т. Бівінса, Б. Ешенфелдера, С. Катліпа, С. Крістіанса, І. Ламберта, П. Маклені, С. Харісона, І. Перімо, М. Сандерса, Л. Хатчінсона та П. Шмуде щодо дослідження напрямів розвитку і складників цієї професії. Вітчизняні дослідники соціальних комунікацій Г. Почепцов, В. Різун, В. Іванов, О. Курбан, Н. Грицюта, Л. Хавкіна, В. Королько, О. Некрасова, Є. Тихомирова зробили вагомий внесок у теоретичні та методологічні дослідження соціальних комунікацій у цілому і зв'язків з громадськістю зокрема, особливу увагу приділяючи етичній компоненті фаху. Дослідженнями загальних проблем підвищення ефективності вищої освіти опікувалися науковці педагогічного напрямку Ш. Амонашвілі, В. Байденко, Е. Бондаревська, Л. Виготський, І. Зимня, Є. Полат, Ю. Шашкевич, Т. Аллен, С. Армстронг, К. Дански, А. Філд, В. Годшалк, К. Хегстаг, Р. Салліван, М. Зей. Однак, використання інтерактивних методів навчання залишилося поза увагою фахівців із соціальних комунікацій. Важливою передумовою дослідження стало те, що дотепер в Україні та на пострадянському просторі питання використання інтерактивних методів навчання, зокрема застосування методу проектних завдань в галузі PR-освіти, та вплив цього методу на розвиток професійних компетенцій фахівця зі зв'язків з громадськістю практично не досліджено.

**Метою** нашого дослідження є окреслення особливостей використання методу проектних завдань у формуванні професійних компетенцій фахівця зі зв'язків з громадськістю.

**Основний зміст.** Говорячи про історію виникнення методу проектних завдань, слід сказати, що сам термін «проект», або «проекція», передбачає перенесення соціальної суб'єктивності із сьогодення в майбутнє. Цей метод має глибоке історичне коріння в педагогіці. Я. Коменський, один із засновників теоретичної педагогіки, наприкінці ХХ ст. пропонував, щоб педагоги в дослідницькій діяльності учнів застосовували різні стимули для покращення результату [7].

Подальше дослідження методу проектного навчання відобразилося в дослідженнях американського філософа та педагога ХХ ст. Джона Дьюї. Дослідник уважав, що найкраще дослідження навколишнього середовища – це дослідження в проектній формі. [1].

Зазначимо, що цей метод містить у собі велику кількість навчально-пізнавальних прийомів, які дають можливість студенту вирішити певну проблему в межах самостійної діяльності. При цьому він обов'язково повинен презентувати свої результати. Цей метод – «сукупність дослідницьких, пошукових та проблемних методів, які за своєю суттю є творчими» [9, с. 67].

Погодимося із цим твердженням, оскільки зазначений метод є справді ефективним і дієвим з огляду на широкий спектр тих засобів, які повинен використати студент для того, щоб провести дослідження. Окрім того, він має ознайомитися з великою кількістю матеріалу та опрацювати його під час своєї роботи, а це також дає нові теоретичні та практичні знання. До того ж, студент має провести власне дослідження, що розвиває навички дослідницької роботи. І наостанок мусить розробити свою практичну частину дослідження, яку має презентувати у відкритій формі. Як правило, проектна діяльність буває трьох видів:

- 1) груповий проект, який полягає в тому, що над завданням працює група людей і кожен з її учасників досліджує конкретний аспект діяльності;
- 2) мінідослідження, яке полягає в проведенні соціологічного опитування, в якому також можуть бути використані анкетування та інтерв'ю або фокус групи;
- 3) проект, заснований на роботі з літературою, яким передбачено опрацювання та аналіз літератури, що підходить під задану тему дослідження [10, с. 5].

Додамо, що існує ще один вид проектної діяльності – індивідуальний, коли студент в індивідуальному порядку аналізує ситуацію, проводить дослідження, а відтак розробляє план заходів та презентує результати роботи у вигляді захисту.

У педагогічній практиці загальноприйнято виділяти п'ять видів проектів: за видом діяльності (дослідницькі, інформаційні й такі, що мають формат рольової гри); за змістом та дисциплінарним складником (чи дослідження проводиться в рамках однієї галузі знань, чи є дотичним до інших наук); масштабом проведення (внутрішні, регіональні та міжнародні проекти); кількістю учасників (особистісні, парні або групові проекти); часом проведення (короткострокові; середньострокові (1–2 місяці) та довгострокові (до року)) [10]. Виконання проекту охоплює чотири етапи. На етапі планування студенти обговорюють майбутній проект, розділяють між собою певні обов'язки й обирають для себе ту частину роботи, яка їм найбільше підходить. Етап аналітичного опрацювання полягає в дослідженні великої кількості літератури, її аналізі, обробці та виділенні основних, необхідних для дослідження етапів. Етап узагальнення інформації передбачає структурування отриманої інформації й підготовку практичного звіту за темою дослідження. Етап презентації – завершальний етап, під час якого студенти закінчують свій проект та готують його до презентації [8].

Методика проектних завдань, на нашу думку, є невід'ємним елементом у підготовці студентів – майбутніх фахівців зі зв'язків з громадськістю, до професійної діяльності, оскільки він дає змогу студенту провести практичну роботу й створити власний проект.

Якщо говорити про підготовку фахівців з PR, то він має певні особливості. Підготовка охоплює шість етапів [8]: розроблення проектного завдання; підготовка та організація PR-проекту; реалізація PR-проекту; презентація PR-проекту; оцінка ефективності PR-проекту; рефлексія.

Коли проект перебуває лише в стадії планування або розробки, потрібно зібрати максимум теоретичного та наукового матеріалу, що може забрати багато часу. Проектне завдання має бути націленим на кінцевий результат. Під час першого етапу студенти самі повинні висувати гіпотези, шукати необхідну літературу, знаходити докази, які підтверджують або спростовують їхні припущення. Також вони самі мусять визначати, на що потрібно робити акцент у своєму дослідженні і який науковий матеріал у підсумку потрібно дібрати, щоб отримати більш повну картину дослідження. Так студенти навчаються провадити науковий пошук літератури, формувати та структурувати знання, формулювати гіпотезу дослідження та всі необхідні елементи вступної частини. Як ми вже зазначали, проект може виконуватись або індивідуально, або в групах, які формуються за довільним принципом чи за розподілом, який здійснює керівник проектної групи [8].

Працюючи над проектом, студенти повинні чітко визначати, які завдання вони мають вирішити під час роботи, сформулювати актуальність дослідження, з'ясувати, які напрями в дослідженні є пріоритетними, та визначити, що саме вони отримають після закінчення проектної діяльності [1]. Сам проект має відповідати, зокрема, таким вимогам: системно структурована й оброблена інформація, яка зручна для подальшого використання та розуміння студентами; логічний

виклад матеріалу та доказової бази дослідження; можливість використання результатів дослідження. Сенс проектного завдання полягає в тому, щоб студент розвивав як свої теоретичні знання, так і практичні навички. На початку проекту студент уже має необхідну базу для виконання роботи. Після завершення проекту студент повинен закріпити вже наявні знання та навички та здобути нові. Це стосується як наукового наповнення проекту, так і компетенцій, які знадобляться студенту під час майбутньої роботи.

Стадія підготовки та організації PR-проекту складається з кількох послідовних етапів. Спершу потрібно чітко сформулювати проблему проектного дослідження, його мету. Викладач на цьому етапі має зацікавити студентів і переконати в ефективності та необхідності цього виду роботи. Тему практичного дослідження він може встановлювати сам, а може дати можливість студентам самостійно обирати, задаючи лише певний напрям роботи і ставлячи загальні вимоги. Учителю повинен пояснити та чітко дати зрозуміти студентам, що саме від них вимагається в ході виконання проекту. Також викладач може дати певні вихідні дані, які в подальшому допоможуть студентам провести різні види досліджень. «Це можуть бути як маркетингові дослідження на кшталт SWOT-аналізу, так і соціологічні дослідження, пов'язані з опитуванням певної кількості людей, визначенням експертної думки або проведенням фокус-груп» [5, с. 23].

Далі студенти починають працювати над своїм дослідженням. Вони зобов'язані у групах або самостійно здійснити широкий аналіз літератури, пов'язаної з тематикою дослідження, провести дослідження задля визначення даних, які допоможуть з'ясувати проблемні місця. І в кінці групи повинні зробити практичну частину, в якій вони будуть описувати, як на практиці подолати ту чи іншу проблему. Відтак студенти мають подати результати свого дослідження у вигляді презентації. Вони повинні виступити з доповіддю та бути готовими відповідати на запитання викладача, інших студентів або комісій залежно від того, як організовано захист проекту [6].

Важливо пам'ятати, що впродовж усієї роботи керівник зобов'язаний допомагати та за потреби вносити певні корективи в роботу студентів. Тобто робота має виконуватись у форматі рефлексії, яка охоплює аналіз усього PR-проекту, виявлення сильних і слабких його місць та напрямів покращення дослідження.

«Стадія реалізації PR-проекту полягає в матеріалізації результатів практичної діяльності. Реалізація практичної частини ґрунтується на результатах проведених студентами досліджень» [6, с. 11].

Стадія презентації PR-проекту полягає в публічному захисті проекту свого дослідження. Команда, яка готувала проект, повинна бути готова до того, щоб логічно пояснити кожен свій крок, зроблений у ході дослідження. Експертами в такому разі повинні бути члени комісії з-поміж викладачів кафедри, де готують фахівців зі зв'язків з громадськістю, та які володіють відповідною тематикою. Також у захисті роботи можуть брати участь інші студенти, медіа та громадськість, які також можуть виступати експертами і задавати запитання. Для захисту PR-проекту можна використовувати велику кількість засобів залежно від характеру роботи та того, що вийшло на практиці. Під час захисту можуть проводитися різні конкурси, демонструватися практичні розробки та рішення, презентації, тест-драйви та шоу-проекти.

Стадія оцінювання ефективності PR-проекту охоплює технологію оцінювання результату PR-проекту як результату діяльності команди або окремої людини, яка його робила, дослідженням за допомогою статистичних, соціологічних або маркетингових методів. Так, можна побачити загальну картину й ті показники, що покращились або погіршилися у результаті реалізації проекту. Стадія рефлексії відбувається на двох рівнях – студентському та викладацькому. У ході рефлексії відбувається обмірковування результатів практичної діяльності, індивідуального внеску та командної роботи. Належить також осмислити недоліки та переваги виконаної роботи. Це потрібно для того, щоб розвинути професійне та наукове мислення та вміння самокритично оцінити свою роботу. Цей етап також дозволяє розвинути навички роботи в команді, а також навчить усвідомлювати важливість індивідуального внеску в проект.

Отже, отримавши завдання виконати PR-проект, студент має можливість самостійно обирати тему дослідження та його інформаційне наповнення. Студенти вчаться визначати об'єкт, предмет дослідження, мету та завдання, які будуть стояти перед ними в ході виконання роботи. Окрім професійних компетенцій, метод практичних проектів дозволяє розвинути навички пошукової та аналітичної роботи з великими масивами інформації. Ще однією досить вагомою перевагою є те, що студенти під час виконання подібних завдань мають змогу встановити професійні контакти, попрактикуватись у вмінні вести ділові перемовини в галузі зв'язків з громадськістю. Також студенти

отримують можливість вести ділову професійну документацію, готувати різноманітні матеріали та заходи різного рівня, якщо того вимагає практичне завдання [6].

Також вважаємо за доцільне перерахувати дисципліни, в опануванні яких, на нашу думку, метод практичних проектів мав би максимальний ефект.

Використання методу проектних завдань у дисципліні «Брендинг» є досить цікавим, оскільки має прямий професійний характер для фахівців зі зв'язків з громадськістю. У теоретичній частині роботи студенти можуть досліджувати теорію створення брендів у світі, і, залежно від того, який продукт вони обрали, вони можуть далі працювати над своєю методологією.

Наприклад, студент обрав для просування бренд «Кока-кола». Йому потрібно знайти всю можливу інформацію про те, як формувався цей бренд, які в нього були основні конкуренти, які кроки в історії були правильними, а які ні. У методологічній частині студент може зробити соціологічне дослідження з приводу того, як студенти ставляться до продукції компанії та, як варіант, запитати про новий смак «Кока-коли» – «Кола зі смаком лимону». Або дослідити, що в «Кока-коли» респондентам подобається, а що ні. Далі у практичній частині студент може розробити рекламну кампанію з просування всього бренда, відштовхуючись від даних дослідження, а може зробити акцент на виведенні на ринок нового товару [3].

Якщо говорити про дисципліну «Іміджологія», то це дослідження буде цікаве з точки зору того, що студенти дізнаються тонкощі формування й підтримки іміджу. У теоретичному розділі студент може розглядати приклади вдалого та невдалого іміджу. Це може бути сфера політики або шоу-бізнесу. У методологічній частині студент може провести дослідження того, як респонденти ставляться до певного політичного кандидата, що їм у ньому подобається, а що ні. На основі цих даних у практичній частині розділу студент може запропонувати програму просування кандидата разом зі змінами його іміджу [4].

Метод проектних завдань, на нашу думку, має застосовуватись у дисциплінах, пов'язаних зі стратегічними зв'язками з громадськістю. Дисципліни цього спрямування в західних ВНЗ викладаються, як правило, на освітньому рівні «магістр». Це означає, що вимоги стосовно виконання практичної роботи мають бути більш жорсткими. На цьому рівні студенти проводять дослідження з урахуванням управлінського компонента дослідження. У теоретичній частині студенти аналізують інформацію про компанію, її конкурентів та проводять аналіз сильних і слабких місць компанії, загроз і можливостей, які несе в собі ринок. Далі, у другому розділі, студенти можуть аналізувати або товар, який хоче випустити на ринок компанія, або імідж компанії загалом, чи бренд, який компанія представляє. Студенти можуть провести соціологічні дослідження щодо ставлення до торгової марки, дослідити імідж компанії або ставлення до бренда. У своєму практичному розділі студенти пропонують не тільки рекламні та PR-заходи щодо поліпшення позицій компанії, а й дають управлінські пропозиції щодо покращення іміджу компанії або підвищення популярності бренда. Разом з тим, виконання роботи охоплює як розробку стратегічних заходів щодо підвищення рівня продажів, так і заходи щодо управління та заходи спрямовані на PR-просування компанії [2].

Зауважимо, що з усіх практичних методів, на нашу думку, метод проектних завдань є найбільш дієвим, оскільки він дає змогу студентам максимально наблизитися до професійного рівня й розвинути ті навички та вміння, які знадобляться їм під час діяльності в галузі зв'язків з громадськістю та в інших дотичних сферах. Також ми вважаємо, що для підвищення навчальної мотивації студентів краще було б такий вид роботи, як курсова робота перейменувати на практичний проект. Оскільки проектна діяльність є видом професійної діяльності, ця назва є більш доцільною для такого виду роботи.

**Висновки** Метод проектних завдань направлений на розвиток найнеобхідніший професійних компетенцій фахівця з PR. Вміння працювати в команді, здатність до аналітичного мислення, презентації власних результатів діяльності і публічних виступів, та вміння швидко і чітко приймати рішення в кризових ситуаціях.

Метод проектних завдань розвиває критичне і творче мислення, культуру спілкування, вміння виконувати різні соціальні ролі в спільній діяльності; сприяє формуванню власної аргументованої точки зору. Навчання з використанням цього методу орієнтоване на кінцевий результат і формування професійних компетенцій у майбутнього фахівця

#### Література

1. Dewey J. Experience and Education : 1938 Reprint Edition / John Dewey. – NY : Kappa Delta Pi Lecture ; Free Press, 1997. – 96 p. [Electron. resource]. – Access link: <http://ruby.fgcu.edu/courses/ndemers/colloquium/experiencededucationdewey.pdf>

2. Picciotto R. The logic of evaluation professionalism / R. Picciotto // *Evaluation*. – 2011. – Vol. 17. – P. 165–180.
3. Toth E. L. A First Look: Analysis of Global Public Relations Education – Curriculum and Instructors. Executive Summary / E. L. Toth, L. Aldoory // *Global Public Relations Education*. – 2010. – 28 p. [Electron. resource]. – Access link: <http://www.commpred.org/uploads/report4-full.pdf>.
4. Sha B. L. 2010 Practice analysis: Professional competencies and work categories in PR today. / B. L. Sha // *Public Relations Review*. – 2011. – Vol. 37. – P. 187–196.
5. Айламазьян А. М. Актуальные методы воспитания и обучения: деловая игра / А. М. Айламазьян. – М. : Владос-пресс, 2000. – 357 с.
6. Выготский Л. С. Игра и ее роль в психологическом развитии ребенка / Л. С. Выготский // *Вопросы психологии*. – М., 1966. – № 6. – С. 62–77.
7. Коменский Я. А. Великая дидактика / Коменский Я. А., Локк Д., Руссо Ж.-Ж., Песталоцци И. Г. Педагогическое наследие // В. М. Кларин, А. Н. Джуринский (сост.). – М. : Педагогика, 1989. – 416 с.
8. О методиках проектных заданий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://isobr.uspu.ru/doki/category/43/сборник%20ИМС.pdf>
9. Полат Е. С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Е. С. Полат (ред.). – М. : Академия, 2001. – 272 с.
10. Резцова С. А. Телекоммуникационные проекты в обучении иностранному языку / С. А. Резцова // *Современные теории и методы обучения иностранным языкам*. – М. : Экзамен, 2006. – 243 с.

### References

1. Dewey J. Experience and Education : 1938 Reprint Edition / John Dewey. – NY : Kappa Delta Pi Lecture ; Free Press, 1997. – 96 p. [Electron. resource]. – Access link: <http://ruby.fgcu.edu/courses/ndemers/colloquium/experiencededucationdewey.pdf>
2. Picciotto R. The logic of evaluation professionalism / R. Picciotto // *Evaluation*. – 2011. – Vol. 17. – P. 165–180.
3. Toth E. L. A First Look: Analysis of Global Public Relations Education – Curriculum and Instructors. Executive Summary / E. L. Toth, L. Aldoory // *Global Public Relations Education*. – 2010. – 28 p. [Electron. resource]. – Access link: <http://www.commpred.org/uploads/report4-full.pdf>.
4. Sha B. L. 2010 Practice analysis: Professional competencies and work categories in PR today. / B. L. Sha // *Public Relations Review*. – 2011. – Vol. 37. – P. 187–196.
5. Aylamazyan A. M. Actual methods of education and training: a business game / A. M. Aylamazyan. – M.: ñ Press, 2000. – 357 p.
6. Vygotsky, L. S. The game and its role in child growth / L.A. in the psychological development of Vygotsky // *Questions of psychology*. – М., 1966. – № 6. – S. 62–77.
7. J. A Comenius Great didactics / Y.A. Comenius, Locke, D., Jean-Jacques Rousseau, Pestalozzi IG Pedagogical heritage // V. M. Clarín, A. N. Dzhurinskiy (ed. ). – Moscow: Pedagogy, 1989. – 416 p.
8. About methods of project tasks [electronic resource]. – Access: <http://isobr.uspu.ru/doki/category/43/сборник%20ИМС.pdf>
9. Polat E.S. New pedagogical and information technologies in the education system / ES Polat (eds.). – Moscow: Academy, 2001. – 272 p.
10. Reztsova S. A. Telecommunication projects in teaching a foreign language / S. A. Reztsova // *Modern theory and methods of teaching foreign languages*. – М.: Examination, 2006. – 243 p.

### Using task project method in formation of professional competencies PR-specialist

**A. P. Kyrychok**

**Abstract:** The article deals with current issues of PR-specialists education. Investigated the competency approach to education and training. Identify the features of the task project method in the preparation of PR-specialists. Indicate how integration task project method in the industry of PR-education. Conducting a parallel between the specific method of project tasks and professional competence that PR-specialist should get in a process of education. Explains how to use the method of design problems during the practice sessions.

**Key words:** Education, Public relations, competence approach, professional competences, task project method.